

# Jagten på den gode butiksoplevelse for børn

Det er de færreste børn, der har tålmodighed til – og interesse for at gå fra butik til butik uden at have udsigt til en lille belønning i form af et stykke legetøj eller lignende. Alligevel var dette lige præcis det, vi gjorde for at få et indblik i, hvilke butikker der fanger børnenes opmærksomhed og giver dem lyst til at bruge længere tid derinde. Jagten på den gode butiksoplevelse i børnehøjde var indledt, og følgende butikker stod for skud:

Outfitters, Fætter BR, Flying Tiger, Normal, Sport 24

Der var ikke mange butikker, hvor personalet henvendte sig direkte til børnene. Børnene syntes det var meget fedt når det skete, men var også bevidste om at de nok ville blive lidt generte og gemme sig bag en forælder, hvis en medarbejder kom hen til dem og henvendte sig direkte til barnet.

I forhold til hvor meget tid børnene er villige til at bruge i butikkerne inden de bliver utålmodige, siger vores erfaring fra denne dag, at det er altafgørende at børnene kan blive underholdt ved at prøve produkterne. Det er begrænset hvor lang tid, de kan bruge på at kigge på tøj og sko, til trods for at det er noget de ønsker sig og interesserer sig for. Det, der holder dem i butikkerne, er alt der kan trykkes på, leges med eller ser sjovt ud. Mængden af underholdende produkter hænger direkte sammen med børnenes vurdering af butikken – de butikker, hvor børnene fik mest tid til at gå og fandt mange underholdende produkter, blev vurderet som værende klart bedre butikker, de ville tilbage til. I forlængelse af denne observation er det også relevant at notere, at der skal være plads til, at børnene prøver tingene uden at føle at der bliver set skævt til dem.



Børnene fandt en masse underholdning i Flying Tiger, hvilket også betød at det var den butik, de fik mest tid til at gå i og var begejstrede for. Her highlightede de produkterne som værende det bedste ved butikken, mens de ikke kunne nævne en eneste dårlig ting. For butikkerne betyder det, at en spændende og varieret product range kan kompensere for en manglende opmærksomhed fra personalet, som bl.a. var tilfældet i Flying Tiger. For mor og far betyder det, at de med fordel kan have børn med i butikker, der har spændende produkter, der kan underholde børnene, mens mor og far får tid til at overveje deres køb.

En anden ting der er værd at tage med i overvejelserne er musik i butikken. De adspurgte børn kunne godt lide høj musik, da de mener det skaber en fed stemning. Ellers er de tilhængere af, at der gøres noget ekstra for børn, da de husker disse oplevelser i fremtiden. Og sidst, men ifølge børnene vigtigst, vil de gerne have en lille gratis ting – deres forslag gik i forskellige yderligheder, hvor nogle ville have gratis legetøj mens andre foreslog en lille gave, første gang man besøger butikken. Det vigtigste at tage med her som

butik eller virksomhed er, at børnene lægger meget vægt på at få noget – produktet i sig selv er ikke det primære, men kan være alt fra en lille snack til et produkt, de kan lege med.

Vil du vide mere om vores findings, eller hvad børn synes om netop din butik, så kontakt Jimmi Andersen på [jimmi@kidvertising.dk](mailto:jimmi@kidvertising.dk).

## TAKEAWAYS

- *Der er ikke mange butikker, der henvender sig direkte til børn*
- *Produkter, som børnene kan lege med, får dem til at bruge markant længere tid i butikken*
- *De kan lide høj musik*
- *De kan godt lide arrangementer målrettet børn*
- *De elsker gratis ting og er ikke kritiske over for hvad dette er*